

ANALISIS PREFERENSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA PRODUK TONIJACKS INDONESIA PASCA REBRANDING (STUDI KASUS PADA MEREK WARALABA MCDONALDS MENJADI TONIJACKS INDONESIA)

Aninda Hastari¹

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom



Telkom
University